

خرید و ادغام شرکتها

ترجمه و تالیف: دکتر فرزاد زمانی

عضو هیات علمی دانشگاه

سرشناسه

زمانی، فرزام ۱۳۴۹.

عنوان و نام پدیدآور: خرید و ادغام شرکتها/ ترجمه و تالیف فرزام زمانی.

مشخصات نشر

تهران و داد ۱۳۹۲

مشخصات ظاهری

۱۱۲ ص: ۱۴۵*۲۱۵* س م

شابک

۹۷۸-۹۶۴-۷۴۴۸-۷۰-۳

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت

واژه نامه

یادداشت

کتابنامه.

موضوع

یکپارچه سازی و ادغام شرکتها

موضوع

شرکتهای اقتصادی -- خرید

رده بندی کنگره

۸۲۷/۵ H۲۷۴۶/ز ۴ ۱۳۹۲

رده بندی دیویی

۶۵۸/۱۶

شماره کتابشناسی ملی

۳۲۵۵۵۱۷



نام کتاب: خرید و ادغام شرکتها

تألیف و ترجمه: دکتر فرزام زمانی (عضو هیأت علمی دانشگاه)

ناشر: انتشارات و داد

ویراستار: عسکر بهرامی

طراح جلد: شهرام صمدیان

صفحه آرا: فاطمه بابایی

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۲

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۰۰/۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۷۴۴۸-۷۰-۳

کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

آدرس: خیابان انقلاب - خیابان دانشگاه - کوچه قدیری پلاک ۲۲ واحد ۱ تلفن: ۶۶۹۵۸۸۹۵

Email: Vedayat.Pub@Gmail.com

فهرست مطالب

۷	پیش‌گفتار
۹	تعاریف و مفاهیم
۱۳	زمینه‌ی بحث
۱۷	فرآیند خرید و ادغام
۳۱	نقش مدیران مالی
۳۳	حسابداری خرید و ادغام شرکت‌ها
۳۷	بررسی‌های موردی
۳۷	۱. شرکت ایرانی م: راهبرهای مؤثر بر خرید و ادغام
۳۹	۲. شرکت ایرانی پ: شرکت‌آزمایی
۴۱	۳. شرکت ایرانی ج: خرید با هدف تصاحب دارایی‌ها
۴۳	۴. شرکت مارس: دلایل خرید و روش‌های تأمین مالی
۴۷	۵. شرکت دایملر کرایسلر: موضوعات رفتاری و یکپارچه‌سازی
۴۹	۶. شرکت ایرانی پ: ارزشیابی بر اساس رویکرد مبتنی بر دارایی‌ها
۵۱	۷. شرکت ایرانی پ: ارزشیابی بر اساس رویکرد بر مبنای سودآوری گذشته
۵۳	۸. شرکت ایرانی پ: ارزشیابی بر اساس رویکرد بر مبنای سودآوری آتی
۵۵	پیوست‌ها
۵۵	۱. چک‌لیست شرکت‌آزمایی: مدل ۱۰۰ پ

۶۸		۲. فهرست گزارش شرکت آزمایشی
۷۰		۳. روش های ارزشیابی
۷۱		۴. منابع
۷۲		۵. روش ارزشیابی شرکت های دولتی (اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی)
۸۵		۶. واژه نامه ی انگلیسی - فارسی
۸۸		۷. واژه نامه ی تخصصی انگلیسی - انگلیسی (M&A)

www.ketab.ir

پیش گفتار

خرید و ادغام شرکت‌ها یکی از راهبردهای پرشتاب برای توسعه‌ی سازمانها در دنیای امروزی است. اگر چه ممکن است که در نگاه نخست، این اقدام شرکتها رویدادی ساده و فقط در مقیاسی بزرگ انگاشته شود، اما به واقع این موضوع پیچیدگی‌های بسیار دارد. پژوهش‌ها نشان داده است که با تمام مزایایی که این روش برای بالندگی سازمان‌ها دارد، در بسیاری از زمان‌ها با شکست روبه‌رو می‌شود. دلیل‌های گوناگونی برای ناکامی در خرید و ادغام شرکت‌ها وجود دارد، اما به‌طور کلی می‌توان گفت که ناآگاهی نسبت به همه‌ی گام‌های این فرآیند طولانی و نداشتن توان مدیریت فعالیت‌ها از مهم‌ترین دلیل‌های آن است. بنابراین شناخت کافی از فرآیند خرید و ادغام و آگاهی از طرافت‌های این راهبرد می‌تواند به ایجاد ارزش و کامیابی آن کمک کند.

این کتاب می‌تواند درک کاملی از فرآیند خرید و ادغام به دست‌اندرکاران این کار ارائه دهد. از آنجا که دو گام از این فرآیند (گام‌های شرکت‌آزمایی و ارزشیابی) نیاز به اندیشه و مستندسازی بیشتری دارند، به آن‌ها بیشتر پرداخته شده است. با توجه به تجارب متعدد نگارنده در شرکت‌آزمایی و ارزشیابی شرکت‌های داخلی و بین‌المللی، در الگوی

ارائه شده برای شرکت آزمایی، تلاش شده است که یکی از چالش‌های بزرگ کسانی که درگیر پروژه‌ی شرکت آزمایی هستند، یعنی «تطبیق نداشتن چک‌لیست‌های شرکت آزمایی با بخش‌های سازمان مورد بررسی» یا ارائه‌ی الگوی ۱۰۰ پ حل شود.

این کتاب برای چه کسانی مفید است؟

این کتاب برای همه‌ی کسانی که با پروژه‌ی خرید و ادغام شرکت‌ها درگیرند، مفید است؛ به‌ویژه سرمایه‌گذاران، مدیران، کارشناسان، مشاوران و مدیرانی که مسئولیت راهبری و هدایت پروژه‌ی خرید و ادغام را بر عهده دارند.

این کتاب دارای ویژگی‌های زیر است:

- ارائه‌ی مطالب به صورت ساده و خلاصه و پرهیز از نوشتن مطالب بدون ارزش آفرینی.

- ارائه‌ی بررسی‌های موردی از شرکت‌های ایرانی و بین‌المللی.

- ارائه‌ی الگویی برای شرکت‌آزمایی.

- ارائه‌ی «درگاه‌ها و تارنماهای» مرتبط با بحث برای بررسی بیشتر در اینترنت.

- واژه‌نامه‌ی انگلیسی - فارسی.

- واژه‌نامه‌ی تخصصی انگلیسی - انگلیسی خرید و ادغام شرکت‌ها.

امید آنکه این کتاب بتواند به شما کمک کند همچنین بسیار خرسند خواهیم بود که از نظرات شما بهره‌مند شوم تا در بازنگاری و چاپ آتی کتاب بر غنای آن بیفزایم.

فرزام زمانی، PhD

مرداد ۹۲

farzamzamani@yahoo.com